

梦百合家居科技股份有限公司

非公开发行股票募集资金使用可行性分析报告（修订稿）

梦百合家居科技股份有限公司（以下简称“梦百合”、“公司”、“本公司”）拟向不超过 35 名符合中国证监会规定的特定对象非公开发行股票，募集资金总额不超过 128,563.49 万元，本次非公开发行拟发行股票数量按照本次非公开发行募集资金总额除以最终询价确定的发行价格计算得出，且不超过本次发行前公司总股本的 30%。本次非公开发行前公司总股本发生变化的，股票发行数量上限按届时的公司总股本相应调整。

公司对本次非公开发行股票募集资金使用的可行性分析如下：

一、本次非公开发行股票募集资金运用概况

公司非公开发行募集资金总额不超过 128,563.49 万元，扣除发行费用后的募集资金净额拟投资项目如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	自有资金投资金额	拟使用前次募集资金投入金额 ^注	募集资金投入金额
1	家居产品配套生产基地项目	54,436.80	8,536.80	-	45,900.00
2	美国亚利桑那州生产基地扩建项目	45,030.69	-	19,367.20	25,663.49
3	智能化、信息化升级改造项目	18,500.00	-	-	18,500.00
4	补充流动资金	38,500.00	-	-	38,500.00
合计		156,467.49	8,536.80	19,367.20	128,563.49

注：拟使用前次募集资金投入金额系根据公司《前次募集资金使用情况的专项报告》（公告编号：2021-060）计算所得，实际金额以募集资金专户存储余额为准。

本次非公开发行实际募集资金（扣除发行费用后的净额）若不能满足上述全部项目资金需要，资金缺口由公司自筹解决。如本次募集资金到位时间与项目实施进度不一致，公司可根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。在最终确定的本次募投项目（以有关主管部门备案文件为准）范围内，公

司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

二、本次募资资金投资项目的实施背景

（一）行业背景

1、床垫市场方兴未艾，记忆绵家居产品快速增长

近年来，全球床垫行业的规模保持稳定增长，根据 CSIL 的统计，2020 年全球床垫市场约为 290.38 亿美元，2021 年-2022 年全球床垫市场消费规模预计仍将持续增长，达到 300 亿美元和 310 亿美元，床垫市场空间广阔。美国床垫市场规模从 2011 年的 52.76 亿美元增长至 2020 年的 90.19 亿美元，复合增长率为 6.14%，且 2021 年-2022 年，美国床垫市场预计仍将保持 3% 的增长，美国床垫市场增长平稳；中国床垫市场规模从 2011 年的 47.01 亿美元增长至 2020 年的 85.40 亿美元，复合增长率为 6.86%，2022 年中国床垫市场规模预计达到 90.60 亿元。随着国内居民收入水平、城镇化率的不断提高以及床垫消费习惯的不断培育，国内床垫市场步入快速发展阶段。同时，随着品类升级、使用周期缩短，床垫行业的市场容量还将不断扩大。

记忆绵材料最早运用于航空航天领域，其慢回弹特点有助于增加接触面积，使用记忆绵产品制造的床垫及枕头可以提高对使用者的支撑压强，改善使用者睡眠舒适度。临床研究表明，记忆绵床垫可以有效提升使用者稳态深度睡眠时间。记忆绵材料自 1992 年被应用至家居产品当中，产品导入初期由于价格较高，市场渗透率相对较低。近年来，随着消费者健康意识的增强及记忆绵材料生产工艺的逐步成熟，记忆绵家居制品的渗透率迅速提高。同时，由于记忆绵材质具有可压缩，重量轻，方便运输等特性，更加适合线上销售，受到电商时代下的商家及消费者的欢迎，成为美国亚马逊等网销平台销售的主流床垫品类。记忆绵床垫产品导入我国的时间较短，中国床垫市场仍以弹簧与其他材质混合为主，随着国内消费者收入水平提升及健康意识的增强，我国记忆绵床垫的市场份额将快速增长。

2、贸易摩擦持续升温，国内家具制造业企业加快全球布局

现代家具产业起源于欧美，意大利、德国、加拿大、美国等发达国家是传统的家具生产大国和出口国。20世纪80年代以来，随着发达国家劳动力和能源成本不断上升，家具生产逐步向发展中国家转移，转移地主要为生产成本较低、政局稳定、靠近消费市场的国家或地区，我国也因此成为主要的家具制造及出口国家。

近年来全球经济发展下行压力加大，使得国际主要经济体之间的贸易摩擦或贸易政策发生转变，全球贸易保护主义重新出现，对全球经济贸易环境产生冲击。由于家具生产的技术门槛相对较低，我国家具行业在劳动成本、原材料等方面均具有较大的优势，较容易受到贸易摩擦的影响。美国于2018年9月公布的征税清单中，包括木制家具、软体家具等均被列入其中。2019年以来，较多国内家具企业被美国加征关税、反倾销税和反补贴税。2021年3月，泰国、越南、塞尔维亚等国家的部分家具产品亦被纳入美国反倾销清单中。

在贸易摩擦持续升温的背景下，一方面，家具制造企业通过走出国门深度参与全球家具行业产业链布局的方式，规避由于贸易摩擦带来的额外税费成本，以更为灵活的产能规划及销售网络布局应对由于世界经济形式变化带来的风险。另一方面，现阶段的贸易摩擦亦是部分龙头企业参与全球化布局与竞争的契机，贸易摩擦下部分规模较小的“作坊”企业将会被挤出市场，同时，目前中国、东南亚等国家的床垫企业短期内难以将床垫销往美国市场，美国床垫市场供给存在一定缺口，具有一定规模及实力并提前布局美国产能的龙头企业可以借此机会进一步获得市场空间，形成竞争优势，完成行业整合。

（二）政策背景

1、国家鼓励优质企业“走出去”，参与全球市场和产业布局

近年来，随着我国企业竞争能力的不断提升，国家鼓励一部分企业“走出去”，参与全球市场的竞争，通过参与全球竞争，改善不足，进一步提升企业的综合竞争能力和跨国经营能力。2021年3月颁布的《“十四五”规划纲要》明确指出，“坚持引进来和走出去并重，以高水平双向投资高效利用全球资源要素和市场空间，完善产业链供应链保障机制，推动产业竞争力提升。推动中国产品、服务、技术、品牌、标准走出去，支持企业融入全球产业链供应链，提高跨国经营能力

和水平”。我国政府将继续坚持企业主体、市场原则、国际惯例、政府引导，实行以备案制为主的对外投资管理方式，推动国内改革与对外开放更好地协同发展、“走出去”与“引进来”相互促进，培育具有国际竞争力的跨国企业，提升我国企业在全产业链和生产网络中的地位。

2、产业政策支持为家具行业营造良好发展环境

家具行业作为我国轻工业重要的细分行业，是我国国民经济的传统优势产业、重要民生产业和具有较强国际竞争力的产业，是一个前景广阔、发展稳健的行业。2016年3月，中国家具协会发布《中国家具行业“十三五”发展规划》，提出坚持行业转型升级、加强品牌建设、促进贸易发展、提升行业设计水平，加强知识产权保护。在该等产业政策的支持下，行业得到了良好的发展环境。

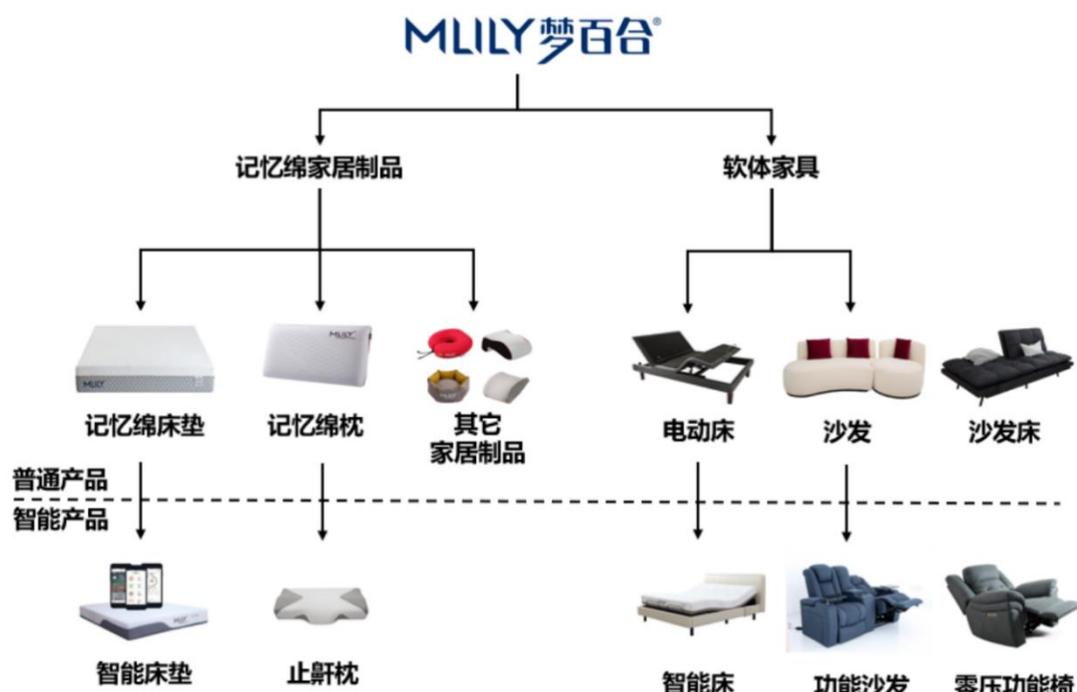
近年来，家具制造行业的重要政策如下：

时间	部门	行业政策	主要内容
2013	商务部	《家居行业经营服务规范》	提出创新研发各类节能材料和节能产品、节能工艺、节能设计，生产可回收、可再生产品，倡导节能家居、绿色家居等理念。要求家居行业的各企业宣传节能、低碳、环保的生活理念，提高员工和顾客的社会责任意识。
2014	中国家具协会	《关于促进家具行业环境保护工作的指导意见》	家具行业环境保护工作应坚持保护优先、预防为主、协会参与、企业施治的原则。企业应将环境保护工作纳入企业发展规划，确保环境保护与企业发展同步进行，处理好经济发展与环境保护之间的关系。
2014	中国家具协会	《中国家具行业知识产权保护办法》	支持和鼓励对产品的材料、工艺、设计、功能等方面的发明、创造；维护自身知识产权合法权益或行业整体利益；独立或与政府、协会等国内外组织或企业合作开展知识产权保护相关活动，提升知识产权保护意识。
2015	国务院	《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	推动外贸商品结构调整。加强对重点行业出口的分类指导。继续巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位。
2016	中国家具协会	《中国家具行业“十三五”发展规划》	提出坚持转型升级，促进两化融合；坚持绿色环保战略，促进生态文明建设；加强品牌建设，培育大型企业；优化流通市场模式，促进多方合作共赢；注重电子商务，促进贸易发展；提升行业设计水平，加强知识产权保护。

时间	部门	行业政策	主要内容
2016	工信部	《轻工业发展规划（2016-2020）》	推动家具工业向绿色、环保、健康、时尚方向发展。促进互联网、物联网、智能家居、电子商务等与家具生产销售相结合，支持智能车间（工厂）建设，培育个性化定制新模式。
2017	商务部	《对外贸易发展“十三五”规划》	加快外贸转型升级基地建设。培育一批复合型、专业型基地，加强公共服务和宣传引导，突出扶优扶强，增强基地创新发展能力，使之切实发挥示范带动作用。加快推进贸易平台建设。进一步培育若干个国际知名度高、影响力大的会展平台，深入推进内外贸结合商品市场、电子商务平台建设，培育一批带动功能强、服务优质的进口促进平台，发挥其带动促进作用。加快推进国际营销网络建设。鼓励企业在境外建设一批品牌推广效果好的展示中心、集散配送功能强的分拨中心、区域辐射半径大的批发市场、市场渗透能力强的零售网点、服务能力强的售后服务网点和备件基地、区域辐射能力强的临港经贸合作区等商贸物流性经贸合作区。
2019	工业和信息化部	《制造业设计能力提升专项行动计划书（2019-2022年）》	在消费品领域，支持家具等设计创新，开展众创、众包、众设等模式，促进设计创新驱动家具行业发展。
2020	商务部	《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》	促进家电家具家装消费，激活家电家具市场，鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。

（三）公司经营背景

公司主要从事致力于提升人类深度睡眠的家居产品—记忆绵床垫、记忆绵枕头、沙发、电动床及其他家居制品的研发、生产和销售，具体情况如下：



经过多年的发展，公司已成为全球主要的记忆绵制品生产和销售厂商之一，在行业内具有较高的知名度。公司 2019 年度、2020 年度及 2021 年度的营业收入分别为 383,158.83 万元、653,013.43 万元和 813,925.46 万元，最近三年的年均复合增长率为 45.75%。

1、ODM 客户优质稳定，自主品牌业务快速发展

公司以外销为主，目前公司产品已销往美国、英国、日本等全球 73 个国家和地区，凭借良好的产品质量及售后服务，公司成为全球重要的记忆绵家居制品供应商。公司业务模式主要包括 ODM 业务和自主品牌业务。ODM 业务方面，经过多年的发展，公司在境外形成了强大的营销网络体系，具有较为稳定的客户群体，并为 Walmart（沃尔玛百货有限公司）、JYSK（居适家）、Mattress Firm（美国最大床垫零售商）等知名企业提供 ODM 产品。相较于一般客户，该等优质客户市场竞争力强，产品需求量稳定，为公司业务的发展奠定了基础；且该等客户对产品设计和质量等方面要求严格，产品附加值较高，保证了公司较高的盈利水平。

在保持海外市场 ODM 业务稳定发展的同时，公司大力发展自主品牌业务。一方面，公司以全球化的视野布局市场，以上海梦百合、上海恒旅、梦百合美国等子公司为主要业务平台，不断加强“MLILY”等自主品牌的市场推广及销售渠道建设，数字化的营销网络遍布世界各地；另一方面，通过“开放、共享”的资源协同机制，公司不断开拓国内外线上线下全渠道新零售市场，进驻天猫、京东、亚马逊等主流平台，与国内大型家居卖场达成战略联盟关系，与众多知名酒店合作共推“零压房”，多渠道交叉销售网络建设已初具规模；此外，公司收购的美国 MOR、西班牙思梦、深圳朗乐福等境内外销售渠道亦呈现出较好的协同效应，实现生产基地与销售网络的良好联动，进一步提升公司自主品牌营销网络的覆盖面积和物流分拨能力，增强公司自主品牌产品的市场份额。公司自主品牌业务发展较快，自主品牌效应逐渐凸显。

2、提前布局全球化产能，规模化生产优势较强

公司提前布局全球化产能，近年来通过自建和并购等方式，目前已拥有包括位于境内、塞尔维亚、美国、泰国及西班牙等多个生产基地，公司全球化的产能布局已初步成型。通过全球布局，公司一方面可以更好地服务现有客户，降低运输成本，缩短供货周期，增加供给弹性，提高客户满意度，同时拓展新的海外客户，寻求新的利润增长点；另一方面，全球化的产能布局能够一定程度上避免由于贸易摩擦带来的业绩不稳定的风险，使得公司在未来的市场竞争中具备了可以快速调整自身产能安排的先占优势，提高公司的抗风险能力。2021 年美国第二轮床垫反倾销终裁落地，公司提前布局全球化产能，美东生产基地、西班牙生产基地基本达产，可以在一定程度上规避贸易摩擦带来的不利影响，有助于更好地服务现有客户、拓展新的海外客户，增强公司的盈利能力。未来公司将进一步完善产能的全球化布局，形成可以向全球各个市场快速供货的生产基地网络。



规模化生产方面，公司目前已经掌握并拥有连续性记忆绵发泡生产线、床垫复合压缩生产线、智能吊挂缝制生产线和数控切割生产线等多种现代化大型生产设备，可以满足全球客户在供货期上提出的严格要求，具备承接全球各地客户大订单的能力。

三、本次募集资金投资项目的的基本情况

(一) 家居产品配套生产基地项目

本项目的实施地点位于江苏省如皋市丁堰镇，建设内容包含布套、弹簧网等床垫家居产品配套生产线，建设期为 18 个月。本项目投资总额为 54,436.80 万元，投资内容包括土建投资、购置生产设备、项目预备费、铺底流动资金及其他支出等。

(二) 美国亚利桑那州生产基地扩建项目

本项目的实施地点为美国亚利桑那州，具体建设内容为记忆绵床垫生产线，建设期为 24 个月。本项目投资总额为 45,030.69 万元，投资内容包括租赁美国生产厂区（包括土地及厂房）及必要的改建装修费用、购置生产设备、项目预备费、铺底流动资金及其他支出等。

(三) 智能化、信息化升级改造项目

为适应公司生产运营的全球化战略，增强企业在国际化竞争中的核心竞争力，公司拟实施智能化、信息化升级改造项目。项目建设期为 36 个月，总投资

18,500.00 万元，投资内容包括软件系统和硬件设备。本项目将持续深化企业以 SAP 为核心的一体化平台，深化公司各业务流程应用，进一步完善 SAP 系统与周边系统的集成；建立与公司未来发展规模相适应的全渠道数字化营销系统，提升运营服务能力。同时，公司还将进一步推动信息化和生产自动化、智能化融合，全面深化 RFID 无线射频识别系统的应用，提高数据准确率；通过生产线设备自动化改进，依托自动化、智能化装置的应用，进一步打造数字化、智能化工厂。

（四）补充流动资金项目

本次拟利用 38,500.00 万元补充流动资金满足公司业绩规模扩张对运营资金的需求。

四、本次募集资金投资项目的必要性及可行性

（一）家居产品配套生产基地项目

1、项目实施的必要性

（1）进一步扩大家居产品配套产品的规模化生产能力

经过多年的稳健经营，公司业务发展迅速，经营规模快速扩大。未来随着全球床垫市场需求的不断增长以及国内记忆绵床垫渗透率的逐步提升，记忆绵床垫的市场空间将进一步扩大，公司业务规模将会随之扩张。记忆绵床垫生产对配套产品亦有着较高的标准化要求及配套产能需求，随着市场规模进一步扩大，为了适应公司业务发展的需要，提高记忆绵床垫规模化生产能力，公司需要形成自身的家居配套产品产能与未来公司记忆绵床垫全球生产供应链相匹配。

同时，公司全球化的产能布局已初步成型，公司已拥有包括位于境内、塞尔维亚、美国、泰国及西班牙等多个生产基地。布套等家居配套产品的生产需要耗费较多的人力及工时，而境外国家的人工费用较高，基于建设成本、人力成本及规模效应考虑，给每个生产基地均建设配套产品生产基地不具备经济性。公司拟在国内建设统一的配套产品生产基地，有效提高家居配套产品的规模化生产水平和生产效率，进一步提升公司产品品质和市场竞争力，为公司全球业务的战略性开拓提供有效保障。

(2) 提升家居配套产品自产率，提高产品品质掌控度

公司目前现有布套、弹簧网产能无法完全满足订单及未来销售增长的需要，受资金、生产场地及产能限制，公司利用市场分工原则，将部分配套产品进行拆解，如床垫布套等生产工序主要交由外协加工，以提高当前的产出效率。随着公司业务的快速发展，外协加工厂商的发展无法跟上公司自身发展速率，导致现有外部产能无法满足自身需要，委托外协加工生产模式存在无法按时供货的风险。

此外，在可预见中长期发展中，公司产能规模还将持续扩大，公司通过提高配套产品的产能及自产率，可以大大提高公司对产品品质的掌控能力，使得自产配套产品质量稳定可控，满足产品质量的要求。

本次项目是公司实现配套产品的完全自主设计生产，使公司在产品生产、质量控制、生产进度、产品检测等环节均能得到有效控制，从而保障产品质量和供货周期，进一步降低运营风险，是支撑公司全球化产业布局中的重要一环。

2、项目实施的可行性

(1) 床垫市场方兴未艾，记忆绵家居产品市场规模快速提升

近年来，全球床垫行业的规模保持稳定增长，根据 CSIL 的统计，2020 年全球床垫市场约为 290.38 亿美元，2021 年-2022 年全球床垫市场消费规模预计仍将持续增长，达到 300 亿美元和 310 亿美元，床垫市场空间广阔。美国床垫市场规模从 2011 年的 52.76 亿美元增长至 2020 年的 90.19 亿美元，复合增长率为 6.14%，且 2021 年-2022 年，美国床垫市场预计仍将保持 3% 的增长，美国床垫市场增长平稳；中国床垫市场规模从 2011 年的 47.01 亿美元增长至 2020 年的 85.40 亿美元，复合增长率为 6.86%，2022 年中国床垫市场规模预计达到 90.60 亿元。随着国内居民收入水平、城镇化率的不断提高以及床垫消费习惯的不断培育，国内床垫市场步入快速发展阶段。同时，随着品类升级、使用周期缩短，床垫行业的市场容量还将不断扩大。

近年来，随着消费者健康意识的增强及记忆绵材料生产工艺的逐步成熟，记忆绵家居制品的渗透率迅速提高。未来随着消费者收入水平提升及对记忆绵床垫

认知的提升，记忆绵床垫市场规模将进一步提升。记忆绵床垫市场规模的不断提升将为本次募投项目的产能消化提供保障。

(2) 公司大力发展国内销售渠道，销售规模不断提升

公司在国内市场多元渠道发力，酒店渠道和线下门店开拓力度加大，线上销售业务不断增长，内销业务实现快速增长。

公司于 2017 年成立上海恒旅，开拓酒店渠道，将其在业内率先推出的“零压缩”床垫以“零压房”的模式推向了酒店，致力于为商旅客人打造促进深度睡眠的房型体系，住客入住体验后将有效增加购买零压绵床垫的可能性。近三年来酒店渠道收效显著，成为公司内销收入增长的重要驱动力，市场知名度和影响力持续提升。同时，公司通过直营+经销模式大力开拓线下渠道，驱动公司线下销售收入大幅增长及品牌力提升。

未来，公司将通过“开放、共享”的资源协同机制，强化线上线下一体化运营，全渠道打通布局；加强与国内众多知名酒店的合作关系，联手 OTA 平台，大力推广“梦百合零压房”。与此同时，与国内外全国性家居卖场、区域性家居卖场保持良好的合作关系，全力拓展国内销售网点，实现 3 年“千店计划”的同时，推进“千城万点”项目的实施。

此外，随着互联网消费人群的不断扩大，电商渠道日益兴起。电商红利的爆发极大的提高了床垫购买的便捷性，电商渠道可以实现消费者层级跨越，直接面对终端市场，有利于公司更便捷地将产品辐射至更广阔的消费群体。由于记忆绵材质具有可压缩，重量轻，方便运输等特性，更加适合线上销售，受到电商时代下的商家及消费者的欢迎，公司线上销售业务呈增长态势。

公司多元的销售渠道和不断提升的销售规模将带动新增产能的消化。

(3) 境外生产基地的投产将为配套产品产能消化提供保障

随着公司美东南卡生产基地、美西亚利桑那生产基地、西班牙生产基地的投产和美国亚利桑那州生产基地扩建项目的实施，公司家居配套产品需求将进一步增长。考虑到美国、西班牙的人工成本及土地成本较高，且家居配套产品关税较低，上述境外生产基地所需配套产品将主要由国内提供。境外生产基地的投产将

为本项目产能消化提供一定保障。

(二) 美国亚利桑那州生产基地扩建项目

1、项目实施的必要性

(1) 加大美国产能布局，应对日益强盛的贸易单边主义

近年来，全球贸易保护措施激增，各大经济体之间贸易摩擦不断，美国先后对我国床垫生产企业进行反倾销调查、加征关税及加征反补贴税，目前公司主营产品受美国贸易摩擦影响情况具体如下：

主营产品	产品出口至美国需被加征税费情况
床垫-厚垫	母公司：25%加征关税+57.03%的反倾销税+97.78%的反补贴税； 里高家具：25%加征关税+162.76%的反倾销税； 泰国里高：反倾销税 763.28%； 塞尔维亚梦百合：反倾销税 112.11%
床垫-薄垫	中国出口至美国：15% 累计加征关税
枕头	中国出口至美国：15% 累计加征关税
沙发、电动床等家具类产品	中国出口至美国：25% 累计加征关税

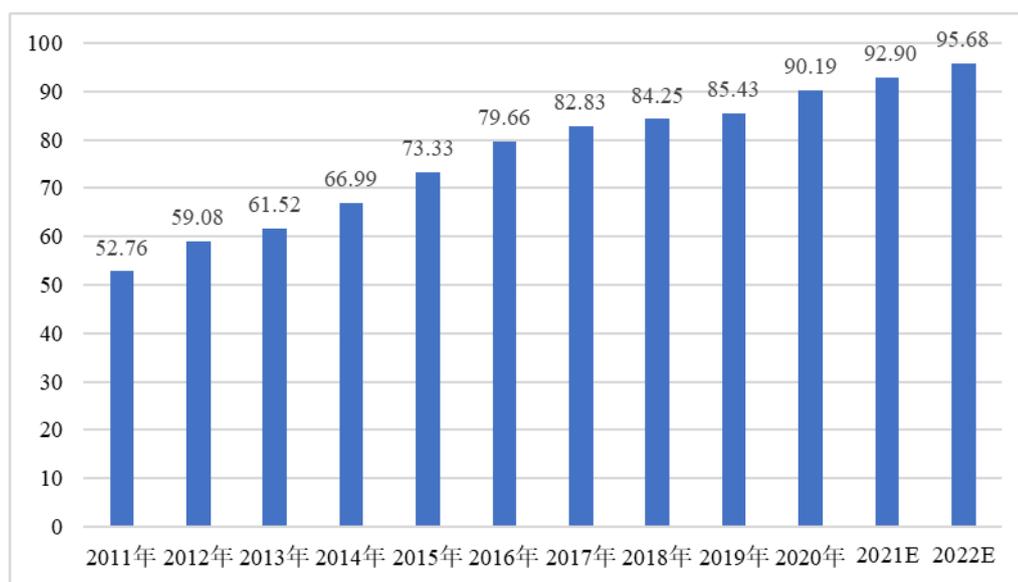
受美国反倾销、加征关税、加征反补贴税等贸易政策影响，目前，公司从中国生产基地、泰国生产基地及塞尔维亚生产基地出口至美国的厚垫产品需被加征高额的反倾销税、关税、反补贴税等相关税费，该等相关税费远高于公司床垫毛利水平，公司从该等生产基地出口厚垫至美国市场已不具备经济性。

对于日益强盛的单边贸易主义，公司已加速实现全球化的产能布局，通过灵活的产能配置从而降低贸易摩擦带来的业绩影响，尽可能地减少额外税费对于公司产品竞争优势的影响。具体而言，公司已将受上述影响的厚垫产品的生产或部分生产环节转移至美国生产基地、西班牙生产基地进行，但目前公司美国、西班牙生产基地产能仍不足以覆盖公司在美国市场的订单需求，且随着公司在美国市场的进一步开拓，未来美国市场的需求仍将进一步提升，公司现有的产能配置将限制公司营业规模的进一步扩张。

（2）美国床垫市场空间广阔，把握市场发展机遇

美国是全球最大的床垫消费国，根据 CSIL，美国床垫市场规模从 2011 年的 52.76 亿美元增长至 2020 年的 90.19 亿美元，复合增长率为 6.14%，2021 年-2022 年，美国床垫市场仍将保持 3% 的增长。美国床垫市场增长平稳，市场空间广阔。

2011 年至 2022 年美国床垫市场消费规模（亿美元）



数据来源：CSIL

从细分品类看，美国床垫市场近年来呈现出逐渐向功能性转变的趋势，记忆绵床垫市场增长尤为迅猛。根据 Statista 数据，2018 年-2022 年美国记忆绵床垫及枕头市场规模预计从 52.00 亿美元增长至 73.40 亿美元，年均复合增长率为 9.00%，高于行业平均增速。功能性床垫对传统床垫的替代浪潮，给功能性床垫的生产商带来了快速发展的机会。公司已在美东南卡、美西亚利桑那建立生产基地，通过本次非公开发行，公司将实现美西亚利桑那生产基地的扩产，通过整合美国生产基地及现有的运营公司，对客户实现更加全面的服务支持。通过对美国客户提供包括产品设计、床垫枕头生产制造、存货与物流管理及销售与营销的垂直整合解决方案，以增强公司产品在北美市场的竞争优势。从而抓住美国功能性家具快速增长的机遇，实现公司业务的跨越式发展。

（3）贸易摩擦形成供给缺口，进一步增强公司在美国市场的竞争优势

受近年来美国反倾销调查、加征关税、加征反补贴税等贸易摩擦政策影响，目前中国、东南亚等国家的床垫企业短期内难以将床垫销往美国市场，美国床垫市场供给存在一定缺口。

公司提前布局全球化产能，目前美东生产基地、西班牙生产基地基本达产，可以在一定程度上规避贸易摩擦带来的不利影响，有助于更好地服务现有客户、拓展新的海外客户，同时通过对美西亚利桑那生产基地的扩产建设，可以进一步开拓美国床垫市场，提高公司在美国床垫市场的竞争优势和市场占有率，增强公司的盈利能力。

(4) 项目建设是公司规模扩张、全球发展战略的重要组成部分

公司长期战略目标是成为全球领先的记忆绵家居制品专业提供商。为实现公司的长期发展目标，公司制定了长期发展规划，包括研发建设、海外生产线布局、信息化建设等具体计划。为了扩大公司的经营规模、进一步增强企业在美国市场的影响力和知名度，公司计划扩大在美国西岸的记忆绵床垫生产规模，服务公司美国市场，使公司配备更贴近客户的生产服务能力，提升公司在美国这一全球最大床垫市场的份额。

随着全球软体家居市场的快速发展，以及反倾销推动的海外市场竞争格局优化，海外市场份额必将向着响应周期短、产品品质优、物流效率高、服务水平高的行业企业集中。因此，切近目标市场区域，建立起辐射周边的生产服务网络，加快对客户信息和市场信息的反应能力，增强服务能力，是公司进一步扩大市场份额，巩固公司在记忆绵家居制品领域的优势地位的有效手段。

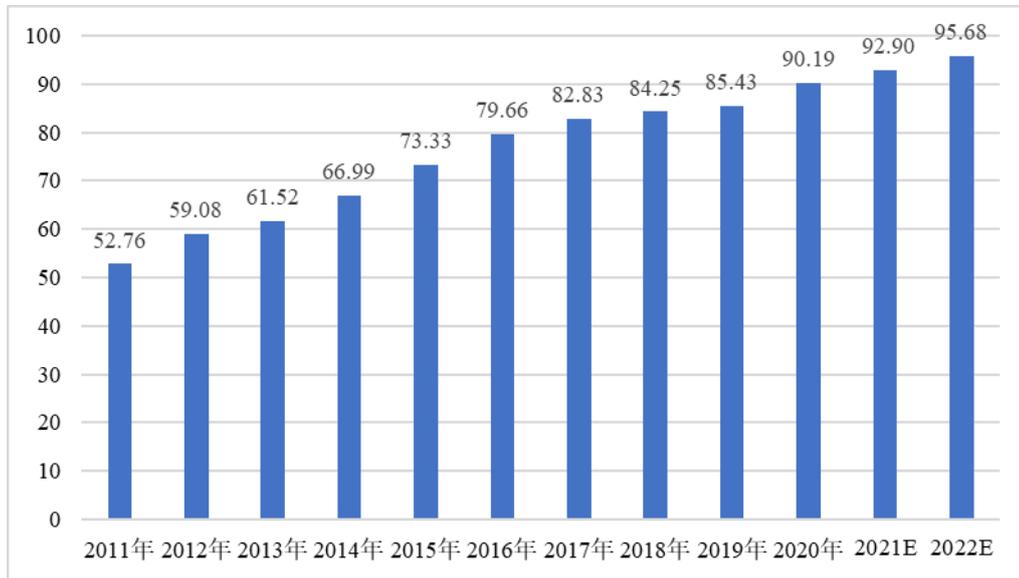
公司记忆绵家居产品经营已经具备突出优势，并成功进入了欧美等主要国家市场，近年来经营稳健、业绩优良。为发挥全球化经营的规模优势和协同效应，本项目旨在扩展公司的海外生产服务网络，充分发挥海外布局的辐射作用和示范作用。项目建设可以有效地对现有美国生产基地供货能力进行补充及加强，形成多层次产品供应体系，提升公司的全球市场竞争力，确保公司在记忆绵家居制品行业的领先地位。

2、项目实施的可行性

(1) 美国床垫市场保持持续增长

床垫作为家居行业中刚需程度较高的消费品，具有较大的市场空间，在全球经济逐步复苏的情况下，床垫的消费规模也在逐步增长，其中美国是全球最大的床垫消费国，根据 CSIL，美国床垫市场规模从 2011 年的 52.76 亿美元增长至 2020 年的 90.19 亿美元，复合增长率为 6.14%，2021 年-2022 年，美国床垫市场仍将保持 3% 的增长。美国床垫市场增长平稳，市场空间广阔。

2011 年至 2022 年美国床垫市场消费规模（亿美元）



数据来源：CSIL

持续增长的美国床垫市场为本次募投项目的产能消化提供了市场保障。

(2) 美国已有生产基地运营良好，亚利桑那具备建设生产基地的良好条件

公司已在美国东南卡、美西亚利桑那建立生产基地，美东、美西生产基地均已投入使用，持续承接美国床垫市场订单，帮助公司更好地服务现有客户并开拓新的海外客户。美国已有生产基地运营良好，预期实现良好的经济效益，具备继续扩产的可行性。

美国亚利桑那州亦具备良好的建设条件。从区位角度，亚利桑那州地处美国西南部，面积约 29.5 万平方公里，为美国第 6 大州。亚利桑那州东接新墨西哥

州，南与墨西哥合众国毗连，西隔科罗拉多河与加利福尼亚州相望，西北界内华达州，北接犹他州。公司可以更低的运营成本、交通费用和更少的时间将货物发往位于加利福尼亚州及其他美国西部的客户。此外，亚利桑那州是全美企业所得税税率最具竞争力的 5 个州之一。亚利桑那州税负较低、州政府规模较小，使之成为全美营商成本较低的州之一。且亚利桑那州素有超越政治的商业传统，始终致力于支持企业发展，该州连续多年降低税负或通过相关惠商法案。

美国已有生产基地运营良好，具备扩产的可行性，且亚利桑那州的区位优势和税收优势将为公司建设生产基地提供良好的条件。

(3) 公司具备多年的海外运营经验

作为国内最大的记忆绵家居生产厂商之一，公司具备产品扩厂所需要的管理人员及技术支持上的储备。同时，公司具有丰富的海外生产基地的建设经验及运营经验。截至目前，公司已建成塞尔维亚工厂、泰国工厂、美东南卡工厂、美西利桑那工厂、西班牙工厂等多家海外生产基地，各海外生产基地均有序推进。公司丰富的海外生产及运营经验将为公司在美国实施募投项目提供保障，亚利桑那州生产基地的建设在实施上不存在实质性障碍。

(4) 公司具有良好的经营基础和渠道基础

公司作为记忆绵家居制品领军企业之一，目前拥有各类记忆绵床垫等记忆绵家居制品。多年来，凭借良好的研发设计能力、稳定的产品质量以及规模化生产优势，积累了稳定优质的国内外客户及渠道资源。

经过多年的国际市场拓展，公司产品遍布全球 70 多个国家及地区。公司目前已与境外知名记忆绵家居制品品牌商、贸易商建立了长期稳定的合作关系。在保持海外市场 ODM 业务稳定发展的同时，公司以子公司上海梦百合、梦百合美国作为业务平台，不断加强“MLILY”等自有品牌的市场推广及渠道建设，逐步实现由 ODM 向 OBM 转型。同时通过收购美国 MOR 和西班牙思梦，加快自主品牌全球化布局。美国 MOR 作为美国西海岸一家具有较高区域知名度及行业影响力的家居连锁零售商，通过收购美国 MOR，进一步提升了公司在美国营销网络的覆盖面积和物流分拨能力，增加了自主品牌零售终端的覆盖，增强公司自主

品牌产品的市场份额。

公司境外强大的营销网络及全球化的销售区域为本次募投项目的实施提供了良好的渠道基础和客户基础。

（三）智能化、信息化升级改造项目

1、项目实施的必要性

（1）经营规模的扩大需要企业保持信息化运营投入

在公司全球化经营战略下，公司面临的内外部环境更为复杂，境内外生产经营主体不断增加，经营管理的复杂程度大大提高，对公司的管理模式、精益化管理能力、科学决策等方面提出了更高的要求。为此，公司需要持续加大智能化、信息化、数字化投入，使公司各部门更高效的进行衔接，形成一个有机整体，快速响应市场变化，为公司全球化战略提供系统保障，为公司全球化精益化管理决策提供支持。

此外，从整个软体家居行业来看，行业企业市场竞争日趋激烈，消费市场不断细分，经营业态日益多元化，头部企业正通过扩大营销规模、并购重组等措施朝着规模化、全球化的方向发展。上述趋势表现为头部企业的营销网络持续扩张，经销商数量快速上升，经营区域分布范围更为广阔，产成品的品类与结构愈发复杂，伴随而来的是企业信息数据处理压力日趋加大，因此在未来激烈的市场竞争中，管理能力较弱、服务不能持续升级的企业将被市场逐步淘汰。

在公司现有的信息化平台基础上，通过加大信息硬件化设备投入、提升信息化管理能力、建设全渠道数字化营销管理系统等措施直接提升公司运营能力，使得企业实时获取全局经营态势，并使管理者具备及时、准确和全面的掌握市场变化趋势的能力，及时识别风险，提前洞察商业机会。公司作为有自有品牌的软体家居行业代表企业，智能化、信息化系统的持续升级建设是公司实现品牌可持续发展和提高市场竞争力的必要手段，更是公司顺应全球软体家居产业发展趋势，适应行业快速发展，保持公司行业优势地位的必然选择。

2、智能化、信息化建设保障公司可持续发展，实现战略目标

信息化建设是企业生存和发展的基础，公司将继续在现有技术团队、IT 平台的基础上，拟通过配置升级版 SAP 服务器及相应软件等国内外先进的软硬件设备，改善运营中软硬件实力，通过 SAP 系统向公司其他板块进行管理模式输出，提升公司统一管控能力。公司将持续深化企业以 SAP 为核心的一体化平台，深化公司各业务流程应用，进一步完善 SAP 系统与周边系统的集成；建立与公司未来发展规模相适应的全渠道数字化营销系统，提升运营服务能力，确保在业内的领先优势；公司将进一步全面深化 RFID（无线射频识别）的应用，降低数据差错率，进一步推动生产制造与信息化、自动化的融合，打造数字化、智能化工厂。

智能化、信息化升级改造项目的实施有助于提升公司在行业内的综合实力和核心竞争力，是公司实现整体规划和战略目标的重要一步。公司将依托自身优秀的 IT 技术团队，凭借管理层丰富的行业经验，准确把握行业发展趋势和技术创新方向，持续加大信息化系统相关模块升级投入，持续提升企业信息化建设水平和智能化生产水平，使公司管理能力进一步精细化，有利于公司快速提升市场份额，提升盈利能力。

2、项目实施的可行性

（1）公司信息化系统开发经验丰富

公司在国内同行业中较早引入 ERP 管理系统、SAP 系统及 WMS 仓库管理系统等信息化管理系统，建立了企业数据中心，并培养了一批既懂信息技术、又熟悉公司业务的 IT 技术人员，这些技术人员对公司业务运作流程和业务运作环节需要的技术支持极为了解，这些经验为本项目建设提供了重要基础。

公司在信息化系统开发和升级技术方面拥有丰富经验，2019 年美国工厂 SAP 企业资源管理软件和 WMS 仓储管理系统推广项目完成，实现企业自身标杆在海外工厂的应用，验证自身标杆的可复制性和全球性。此外，对终端门店管理系统的开发建设，更好地支持公司国内品牌战略和扩展国内市场业务战略目标，拉近

与终端市场距离，实时获取终端市场信息，辅助管理层决策分析。

公司已建立了一套完整且易于扩充的信息技术框架体系，通过模块化设计，公司技术框架体系可适应软硬件环境变化和升级需要。本项目由公司技术团队实施，是在现有信息化建设基础上进行升级建设，技术方案以所积累的信息化建设经验为基础，确保了本项目技术方案的可行性。

(2) 完善的内控管理制度为信息系统升级改造提供了保证

公司目前已经建立了一系列科学的、执行力度大的管理章程和制度，确保企业信息化系统稳定、有效的运行。

在信息系统开发和改造项目管理方面，公司严格执行系统开发的相关制度及流程，以确保信息系统可靠及安全使用。①在提出系统开发申请和审核环节进行严格审核；②在开发系统测试、验收与培训环节进行全面测试、验收、培训、资料归档；③在系统开发完成环节坚持平稳过渡线下、线上业务转换，对过渡过程进行有效监控。

在信息化系统运维管理方面，公司严格执行系统运维管理流程，确保系统应急预案有效安全运行，系统权限变更合理且用户赋权准确无误，以及正版软件授权合理。在数据安全方面，公司严格按照公司数据安全管理制度执行，确保数据库管理操作正确可行，数据库变更按计划进行，以及数据库安全以及用户授权准确无误。

公司目前的管理体系和健全的内部的控制制度，为项目的顺利实施提供了有效保证。

(3) 强大的技术研发团队为项目建设提供人才保证

经过多年的发展，公司组建了一只精通信息技术、熟悉公司业务的技术团队，共有人员五十余人，其中近一半人员为开发团队，均为行业资深技术人才，团队核心人员更是具有丰富的信息管理系统开发和维护的经验。在项目实施过程中，技术人员会凭借对现有业务的了解及业务部门的充分参与，从而保证在不影响现有业务的基础上，完成本项目的实施。

同时，公司技术部门建立了一整套完善的人才吸引、培养、激励等制度，从制度上保证技术创新人才的优势；根据公司的总体目标和要求，技术部门均制定管理、考核、激励等规章制度。

本项目是充分考虑公司现有业务的实际情况，在软体家具行业的经验和资源，以及融资能力等诸多因素拟定的。公司组织架构和人力资源也为实现业务发展计划提供了相应的制度和人才保证。

（四）补充流动资金

本次拟使用募集资金补充流动资金 38,500.00 万元。本次募集资金补充流动资金合理性与必要性分析如下：

1、满足公司未来业务持续发展产生营运资金缺口的需求

公司 2019 年度、2020 年度及 2021 年度的营业收入分别为 383,158.83 万元、653,013.43 万元和 813,925.46 万元，保持连续高速增长态势。随着业务规模的持续增长，公司对流动资金的需求规模也相应提高。本次补充流动资金能够部分满足公司未来业务持续发展产生营运资金缺口的需求。在记忆绵家居制品行业景气度较高以及非公开募投项目投产的背景下，预计公司业务规模未来仍将保持快速增长趋势，由于业务规模的不断扩大，公司需要投入更多资金用于原材料采购和产品生产。公司正常生产经营对流动资金的要求较高，不考虑其他因素的情况下，随着业务规模的快速增长，公司流动资金缺口较大，通过募集资金补充流动资金具有必要性。

2、满足自主品牌推广对流动资金的占用

公司逐步建立“MLILY”“Mlily 梦百合”“零压房”等自主品牌体系，并通过独家赞助“Mlily 梦百合杯”世界围棋公开赛、成为曼联官方全球合作伙伴等方式提高自主品牌知名度，不断扩大公司自主品牌在全球范围内的影响力。公司顺应行业内销售渠道多元化发展的趋势，加大自主品牌销售渠道布局。

内销方面，公司以上海梦百合、上海恒旅、南通零压为主要业务平台，并通过进驻天猫、京东、亚马逊等主流平台，与国内大型家居卖场达成战略联盟关系，

与众多知名酒店合作共推“零压房”等方式开拓国内市场；境外自主品牌推广方面，公司采取自主团队运营+代理+自有渠道3种运营方式。自主团队运营即通过建立公司的海外销售公司开展自主品牌运营活动。代理运营即通过寻找海外合作伙伴，进行区域授权，开展区域内的品牌推广、产品销售及服务。自有渠道即公司通过收购美国 MOR、西班牙思梦等境外销售渠道，直接将自主品牌商品销售给终端消费者。上述自主品牌的发展战略需要公司持续投入大量的渠道推广费用。

综上，本次通过补充流动资金项目，不但可以保证公司业绩快速增长所需的流动资金，同时对自主品牌推广和战略投资提供了资金上的保障，并有助于降低公司资金流动性风险，增强公司抗风险能力及竞争能力对于公司未来发展战略的实施具有重要的意义。

五、本次发行对公司经营管理和财务状况的影响

（一）对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目的实施，将有助于完善公司全球化产能布局、提高抗风险能力、进一步提升产品品质及公司的智能化、信息化水平。家居产品配套生产基地项目的实施将提高床垫等家居的配套产品自产率，保障产品质量和供货周期，进一步降低运营风险；美国亚利桑生产基地建设项目的实施将扩大公司在美国生产基地的产能，减少贸易摩擦对公司业绩的影响，进一步增强公司在北美市场的竞争优势；智能化、信息化升级改造项目的实施将提高公司运营效率，优化信息建设水平，进一步实现运营自动化、管理网络化、生产仓储智能化，增强公司的综合竞争力；补充流动资金项目将有助于缓解公司业务经营的资金缺口，实现公司业务规模稳步扩大。因此，本次发行将进一步强化公司核心竞争力和盈利能力，有助于公司可持续地健康运营，对公司未来发展具有重要战略意义。

（二）对公司财务状况的影响

本次非公开发行完成后，公司的总资产、净资产规模均将大幅度提升，资产负债结构更趋合理。同时，募集资金投资项目实施后，从长期来看，公司营业收入规模及利润水平将有所增加。由于募集资金投资建设周期的存在，短期内募集资金投资项目对公司经营业绩的贡献程度将较小，可能导致公司每股收益和

净资产收益率在短期内被摊薄。

六、综述

综上所述，本次非公开发行股票募集资金投资项目是公司基于行业发展趋势、贸易格局、公司自身全球化布局、公司战略规划等因素的综合考虑，并通过了必要性和可行性的论证。同时，本次募集资金投资项目符合法律法规规定和国家政策导向，符合公司制定的战略发展方向，有利于增强公司的可持续竞争力，符合本公司及全体股东的利益。